
Quale futuro sulle Reti Fisiche

Costi & Business 2014, ABI Eventi

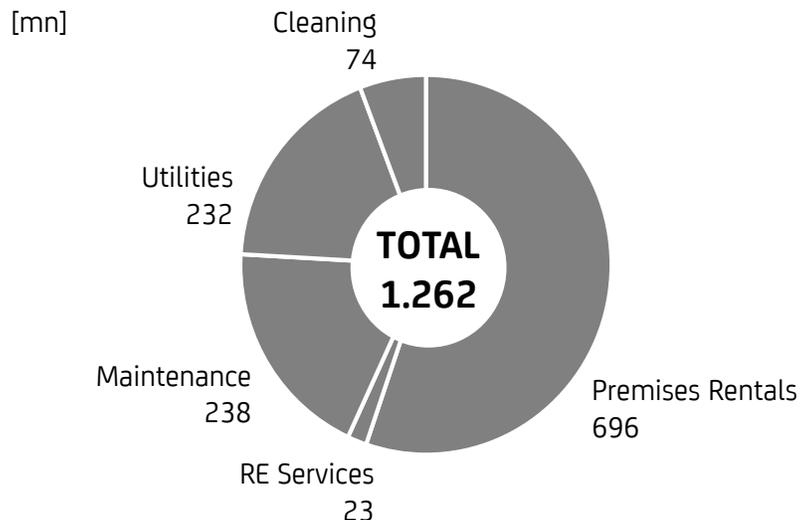
Roma, 23 Ottobre 2014

Agenda

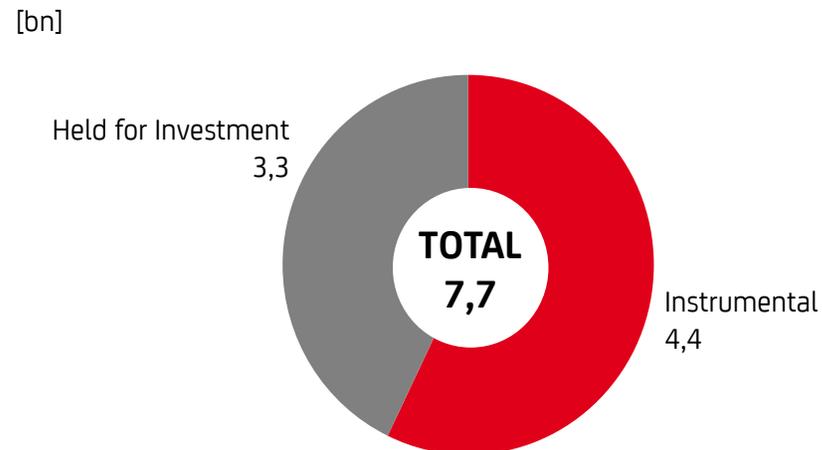
- **Il Real Estate del gruppo UniCredit**
- **Focus su progetto RUN**

Sapete quanto siamo grandi? 1,3 mld di costi, 5,8 mln di mq strumentali gestiti (9.000 unità) e 7,7 mld di Book Value

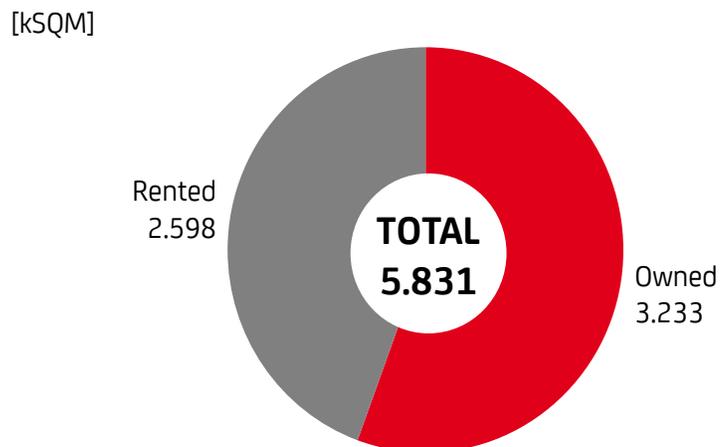
COSTI RE (2013)



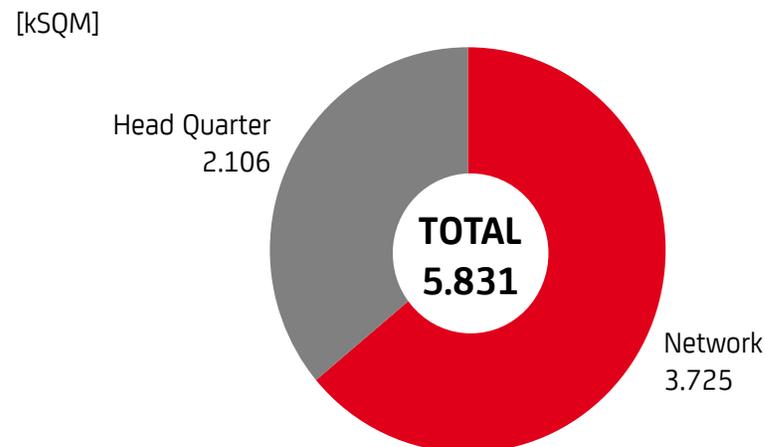
RE ASSETS BOOK VALUE (2013)



INSTRUMENTAL SPACE BY OWNERSHIP (2013)



INSTRUMENTAL SPACE BY USAGE (2013)



Un contesto sfidante dove il RE sta giocando un ruolo chiave per innovare il modello della Banca

CONTESTO E SFIDE

MULTICHANNEL AND DIGITALIZZAZIONE

OTTIMIZZAZIONE DEI COSTI E RIDUZIONE RWA

WELLNESS@WORK

INIZIATIVE REAL ESTATE

1

NUOVO MODELLO DI FILIALE

NETWORK



Less but better branches

- Right-sizing
- Nuovo formato su 1.500 filiali

2

PIANI CITTA'

HEAD OFFICES



Sustainable HQ footprint

- Consolidamento e decentralizzazione
- Smartworking (nuovo modello di workplace) e flexible time

3

OTTIMIZZAZIONE DEL PORTAFOGLIO

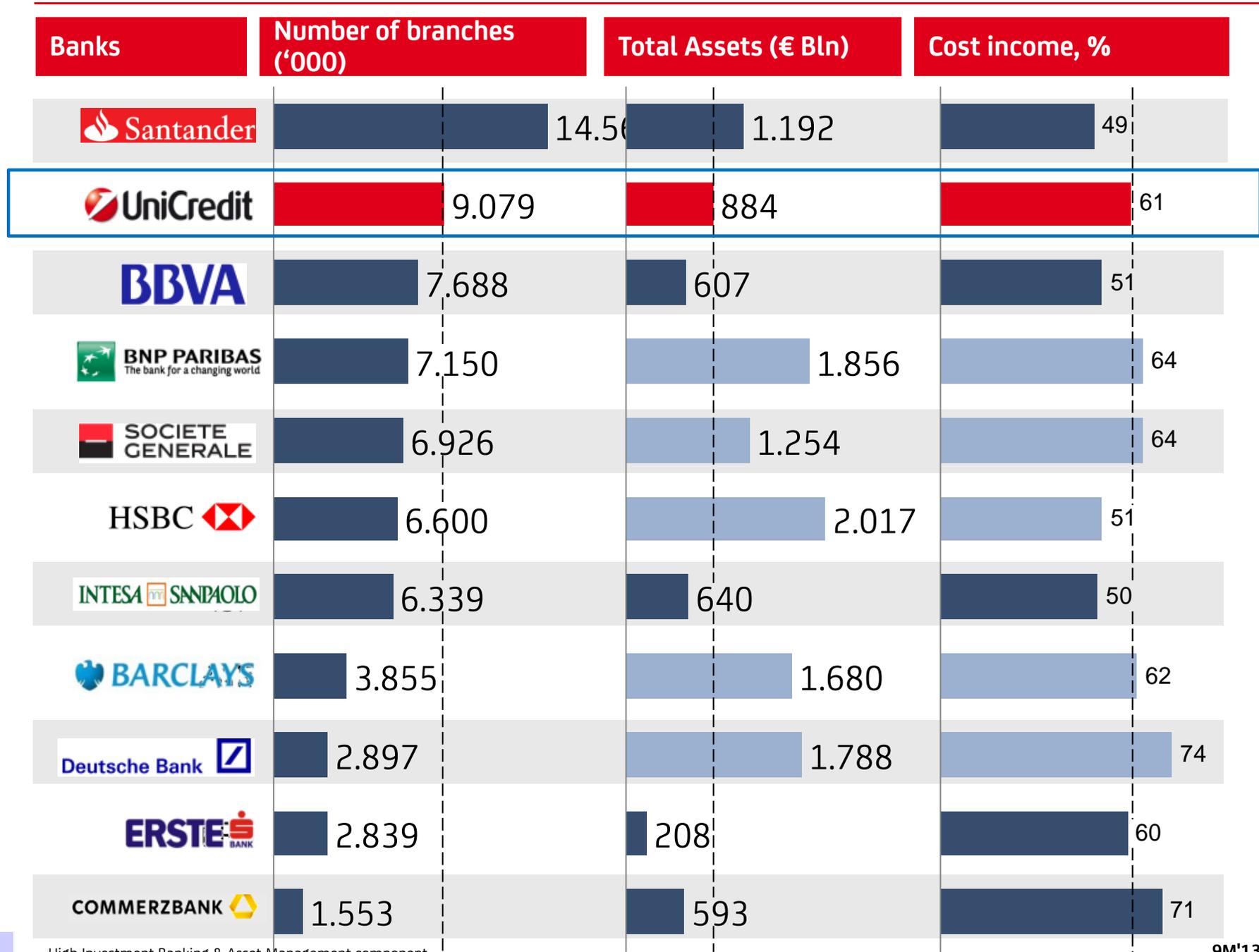
HEAD OFFICES



RWA optimization

- Valorizzazione/ Vendita
- By back selettivo

Il foot-print delle nostre filiali è ancora molto rilevante nel settore bancario Europeo, ma....



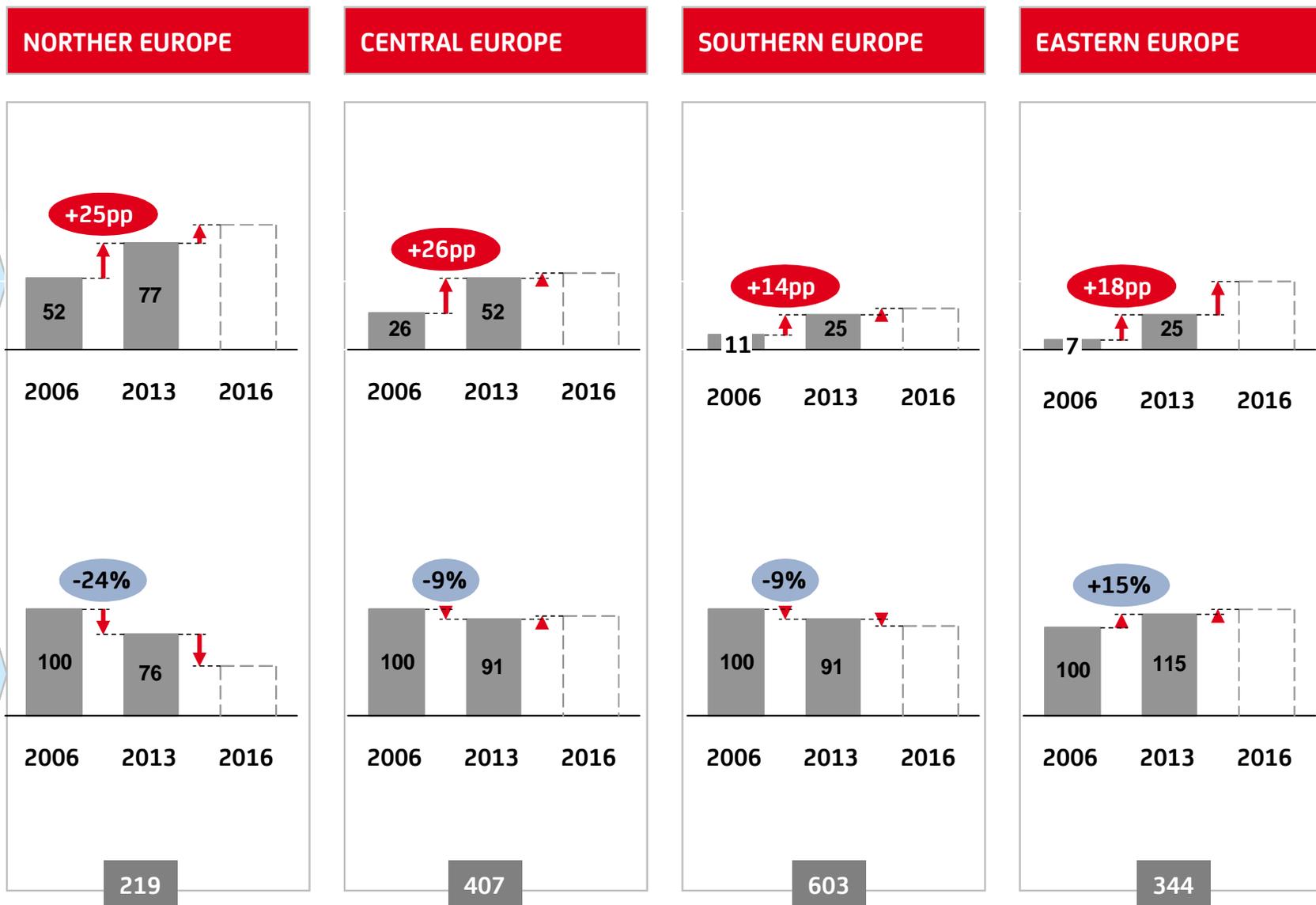
High Investment Banking & Asset Management component

9M'13 YTD

.... la digitalizzazione consente di razionalizzare la rete di filiali, ma anche...

PENETRAZIONE INTERNET BANKING¹ (%)

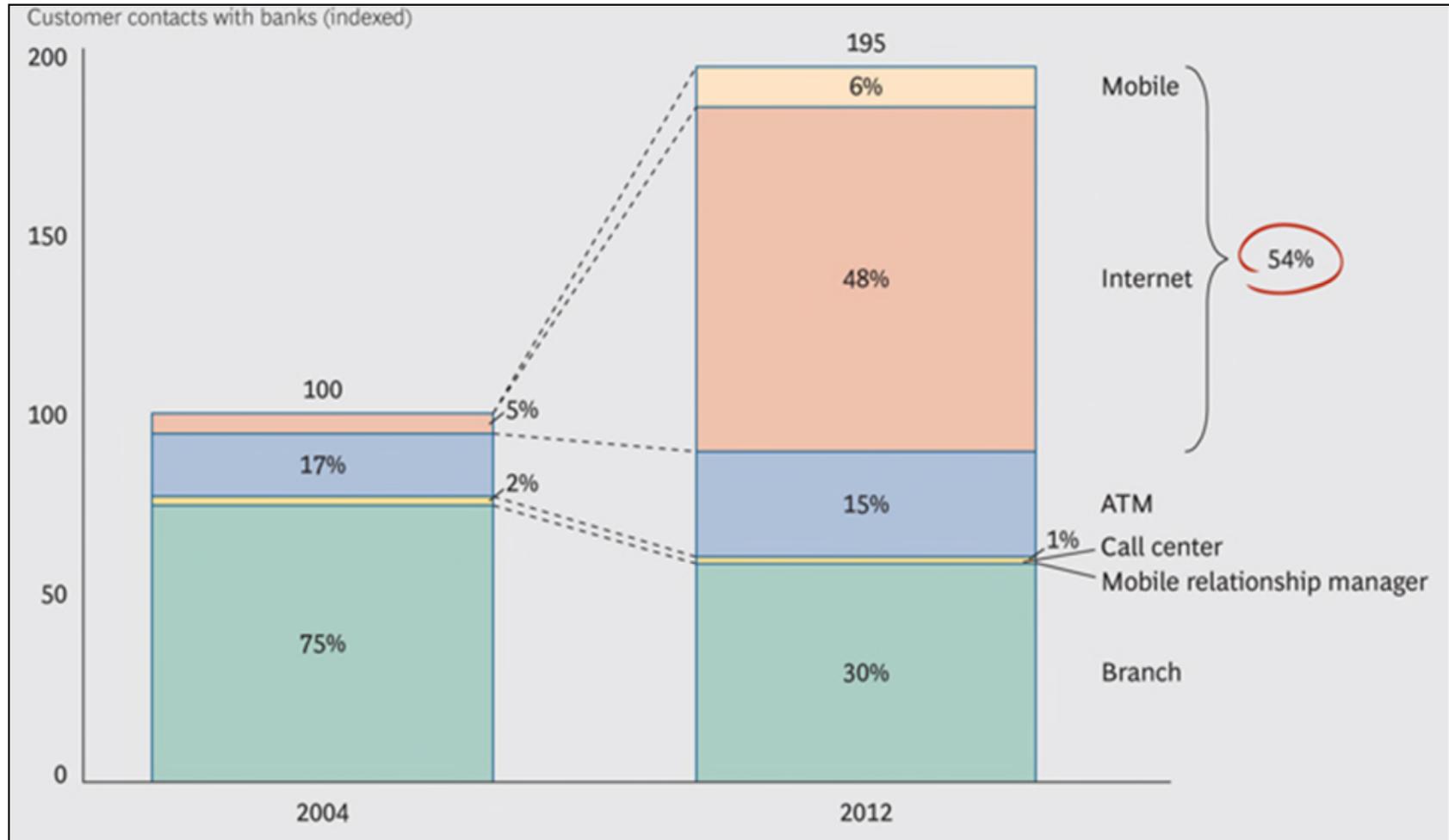
NUMERO DI FILIALI (index linked data)



Branch density²

1. % users che usano Internet Banking almeno una volta ogni 3 mesi
 2. Filiali per 1 milione di abitanti.
 Source: online survey by Efma and McKinsey; Eurostat; National Statistics

.... **il numero di contatti con la banca su diversi canali è aumentato significativamente** e quindi anche l'opportunità di re-inventarsi il modello di servizio



4 Progetti UniCredit di innovare localmente e sviluppare una **customer experience** basata sui retail trends & multichannel ...

Projects	New Formats		New customer experience
<p>ITALY</p> <p>Rethinking UniCredit Network</p>	<p>Milano</p>	<p>Verona</p>	<p>Trasparenza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retail "shop front" • Open space • Ospitalità
<p>AUSTRIA</p> <p>Smart Banking</p>			<p>Customer fusion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nessuna barriera • Customer centric
<p>GERMANY</p> <p>Compass</p>	<p>Dusseldorf</p>	<p>Du</p>	<p>Engagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnologia interattiva • Processi digitali
<p>CEE</p> <p>Branch of the Future</p>	<p>Sofia</p>		<p>Service delivery model</p> <ul style="list-style-type: none"> • Video advisory • Quick service

DIVA: la pop-up branch, un modello molto disruptive



- Cosa: **Diva**
- Dove: **FilmFestival Rathaus Platz**
- Quando: **28/06/14 – 31/08/2014**

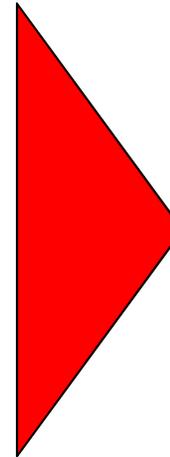


Agenda

- **Strategia Real Estate del gruppo UniCredit**
- **Focus su progetto RUN**

RUN è un progetto lanciato nel 2013 per **ridisegnare la Rete delle filiali italiane, per meglio servire il cliente e per migliorare il cost/income**

- **Rete di filiali:** elemento chiave della strategia di distribuzione
- **Modello Hub&Spoke:** maggiore integrazione per assicurare un flessibile utilizzo delle risorse
- Nuovo **layout** e focus sulla **customer experience**
- **Integrazione dell'offerta multichannel:** elemento chiave della trasformazione



- Aggiornamento **Modello di Filiale**
- Ridisegno **formato di Filiale**
- **Modello di Servizio e Multichannel**
- **Semplificazione e Innovazione**

Il progetto RUN ha l'obiettivo di disegnare "la nuova banca" con la diversificazione dei formati e la riduzione strutturale dei costi

Leve di impatto

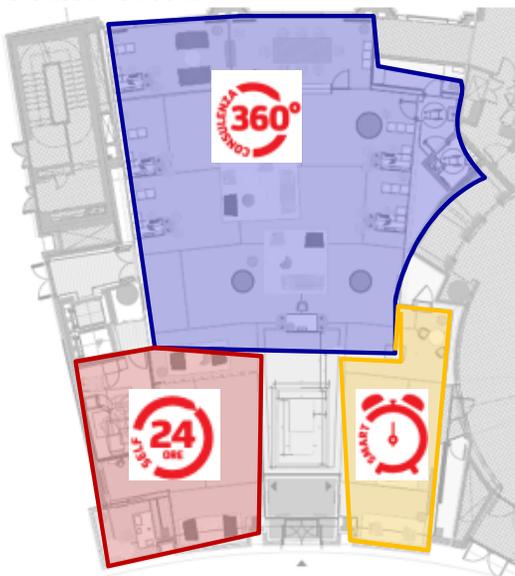
Interventi immobiliari	Rilancio e sviluppo	<ul style="list-style-type: none"> Acquisizione nuovi clienti e cross-selling Attrazione traffico da nuovo look&feel (es. trasparenza, feel home ...) Valorizzazione immagine "distintiva" Layout modulare e riconfigurabile
		<ul style="list-style-type: none"> Diversificazione punto vendita e consulenza Diversificazione dei formati e punti vendita specializzati in coerenza con potenzialità del territorio
	Riduzione costi	<ul style="list-style-type: none"> Riduzione costi immobiliari Riduzione spazi con layout efficiente Contenimento costi di ristrutturazione Eliminazione sovrapposizioni residue
Interventi organizzativi	Innovazione	<ul style="list-style-type: none"> Flex4You Cash Light Cash Less Flessibilità orari di apertura degli sportelli Sviluppo strumenti e processi verso canali evoluti

La flagship di Milano Garibaldi è il prototipo del nuovo modello di filiale

Milano Garibaldi

La segmentazione per funzioni

Piano Terra



AREA SELF
versamenti e prelievi
pagamenti e utenze
ricariche
bonifici e F24
banca via Internet
informazioni

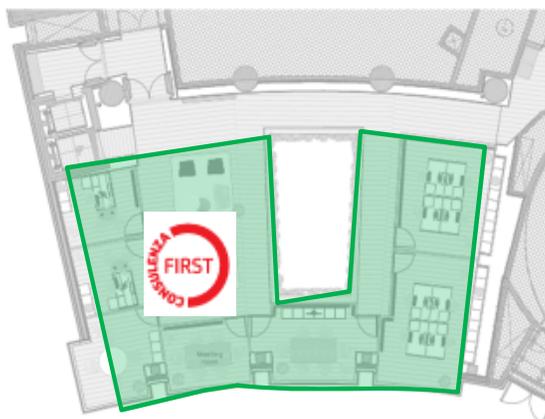


AREA CONSULENZA
cassa
conti correnti
carte e bancomat
prestiti
mutui
assicurazioni
investimenti e risparmio



AREA SMART
assistenza
prenotazione appuntamenti
connessione wi-fi

Primo Piano



AREA FIRST
consulente personale
sale riunioni

Principali elementi di innovazione

- **Concept architettonico:**
 - Trasparenza e eliminazione barriera Cliente
 - Look & feel: **"Feel home"** (arredi e finiture) e semplicità
 - Modularità e flessibilità
- **Customer experience:**
 - Customer manager
 - Postazione multifunzione cassa/consulenza con Cliente affiancato
 - Connessione remota con specialisti
 - Comunicazione digitale e customizzata
 - Corner Prodotti Business Partner



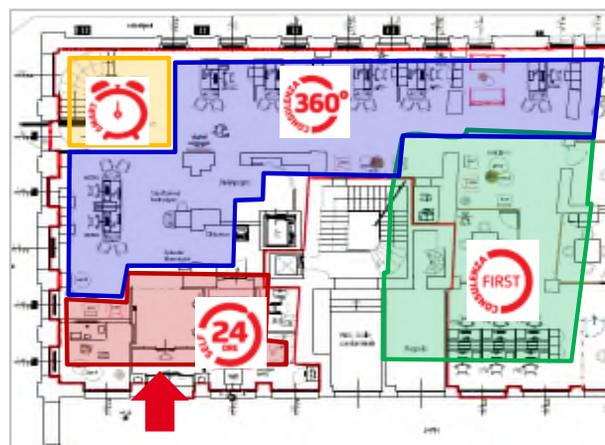
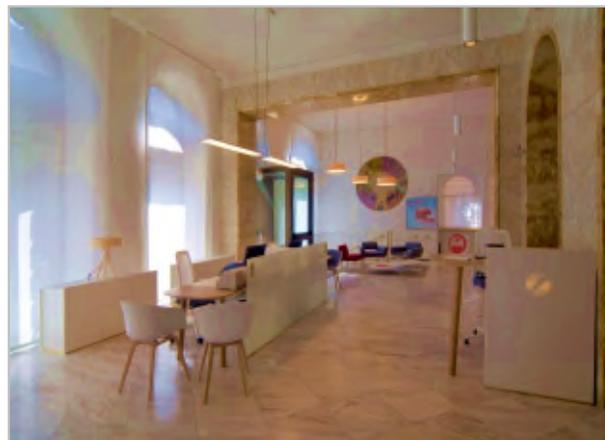
La filiale di Verona Bra' è la prima applicazione "industrializzata" del nuovo modello di filiale

Giugno 2013



Ingresso

Giugno 2014 - nuovo modello



Ingresso in
area self

Elementi innovativi

- Nuovo concept in contesto storico
- Integrazione di spazi fisici e tecnologia secondo la nuova customer experience
- Introduzione di tecnologie innovative (es. digital signage, ipad dedicato per customer manager...)